

DAFTAR ISI

| | <i>Halaman</i> |
|---|----------------|
| Halaman Judul | i |
| Abstrak | ii |
| Pengesahan | iv |
| Pernyataan | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar | xvi |
| Daftar Lampiran | xvii |
| | |
| Bab I Pendahuluan | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah - Masalah | 8 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 8 |
| 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 9 |
| 1.6 Sistematika Pembahasan | 10 |
| | |
| Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis | |
| 2.1 Kajian Pustaka | |
| 2.1.1 Obat Flu | 12 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen | 14 |
| 2.1.3 Tahap – Tahap Proses Pembelian | 14 |
| 1) Pengenalan Masalah | 15 |
| 2) Pencarian Informasi | 15 |
| 3) Evaluasi Alternatif | 15 |

| | | <i>Halaman</i> |
|--------|--|----------------|
| | 4) Keputusan Pembelian | 16 |
| | 5) Prilaku Paska Pembelian | 16 |
| 2.1.4 | Konsumen | 17 |
| 2.1.5 | Pelanggan | 18 |
| 2.1.6 | Kepuasan Pelanggan | 18 |
| 2.1.7 | Loyalitas Pelanggan | 20 |
| | 1) Value | 20 |
| | 2) Brand | 21 |
| | 3) Relationship Marketing | 21 |
| 2.1.8 | Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>) | 21 |
| | 1) <i>Switcher/price buyer</i> | 24 |
| | 2) <i>Habitual buyer</i> | 25 |
| | 3) <i>Satsfied buyer</i> | 25 |
| | 4) <i>Likes The Brand</i> | 25 |
| | 5) <i>Committed Buyer</i> | 26 |
| 2.1.9 | Produk | 26 |
| 2.1.10 | Merek | 27 |
| 2.1.11 | Persepsi Nilai | 29 |
| 2.1.12 | Persepsi Kualitas | 32 |
| 2.1.13 | Perbedaan Biologis dan Psikologis Laki – Laki dan Perempuan | 34 |
| | 1) Kromosom | 34 |
| | 2) Hormon Laki – Laki | 35 |
| | 3) Hormon Perempuan | 35 |
| | 4) Kegiatan Struktur Otak | 36 |
| | 5) Konektivitas Otak | 36 |
| | 6) Tanggapan Diluar Panca Indra | 35 |
| | 7) Akses Emosi | 37 |
| | 8) Perhatian dan Fokus | 37 |
| | 9) Pemikiran Kontekstual | 38 |
| | 10) Kecerdasan Matematika | 38 |
| | 11) Ketajaman Spasial | 39 |
| | 12) Kemampuan Mekanik | 39 |
| 2.1.14 | Perbedaan Sifat Antara Pria dan Wanita dalam Prilaku Pembelian | 39 |
| | 1) Pembeli Pria | 39 |
| | 2) Pembeli Wanita | 40 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran | 41 |
| 2.3 | Hipotesis | 42 |

Bab III Objek dan metode Penelitian

| | | |
|-------|--------------------------------------|----|
| 3.1 | Objek Penelitian | |
| 3.1.1 | Rancangan Penelitian | 43 |
| 3.1.2 | Tingkat Eksplanasi Penelitian | 43 |
| 3.1.3 | Daerah Penelitian | 43 |
| 3.2. | Metode Penelitian | |
| 3.2.1 | Teknik Pengambilan Data | 44 |
| 3.2.2 | Data dan Skala Penelitian | 44 |
| 3.2.3 | Variabel Penelitian | 44 |
| | 1) Faktor Internal Konsumen | 45 |
| | 2) Pengambilan Keputusan Pembelian | 45 |
| | 3) Kepuasan (Konsumen/Pelanggan) | 45 |
| | 4) Loyalitas dan Tingkatan Loyalitas | 45 |
| | 5) Faktor Eksternal Konsumen | 46 |
| 3.2.4 | Target Responden | 47 |
| | 1) Usia | 47 |
| | 2) Minum Obat Flu | 47 |
| | 3) Produk atau Merek Obat Flu | 47 |
| | 4) Inisiatif Minum Obat flu | 47 |
| 3.2.5 | Ukuran Sampel | 48 |
| 3.2.6 | Teknik Pengambilan Sampel | 48 |
| 3.2.7 | Metode Analisis Data | 49 |

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

| | | |
|----------|--------------------------------------|----|
| 4.1 | Gambaran Objek Penelitian | 50 |
| 4.2 | Riset Pendahuluan | 51 |
| 4.3 | Hasil penelitian Perilaku Konsumen | 54 |
| 4.3.1 | Karakteristik Responden | 54 |
| 4.3.2.1. | Merek Obat Flu | 57 |
| 4.3.2.2 | Persepsi Kualitas Merek Obat Flu | 58 |
| 4.3.2.3 | Kriteria Pengambilan Keputusan | 58 |
| 4.3.3 | Kepuasan Konsumen/Pelanggan | 62 |
| 4.3.4 | Loyalitas dan Tingkatan Loyalitas | 62 |
| 4.3.5 | Faktor Eksternal Keputusan Pembelian | 67 |

| | <i>Halaman</i> |
|---|----------------|
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas | |
| 4.4.1 Uji Validitas | 69 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas | 70 |
| 4.5 Hubungan Kepuasan dan Loyalitas | 71 |
| 4.6. Perbedaan Loyalitas terhadap Merek Obat Flu Antara Konsumen Pria dan Wanita | 73 |
| | |
| Bab V Kesimpulan dan Saran – Saran | |
| 5.1 Kesimpulan | 76 |
| 5.2 Saran – Saran | 77 |
| | |
| Daftar Pustaka | |
| | |
| Lampiran – Lampiran | |
| | |
| Riwayat Hidup | |

----oo0oo----